

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2001-306611

(43)Date of publication of application : 02.11.2001

(51)Int.Cl.

G06F 17/30

G06F 13/00

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-131566

(71)Applicant : NEC CORP

(22)Date of filing : 26.04.2000

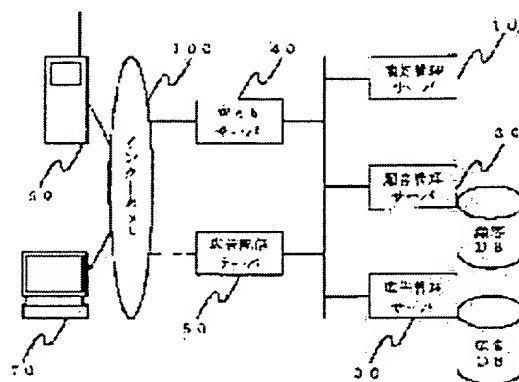
(72)Inventor : SAITO YOSHIHIKO

(54) SYSTEM AND METHOD FOR PROVIDING ADVERTISEMENT AND RECORDING MEDIUM WITH RECORDED PROGRAM THEREOF

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide a system and a method for advertisement provision and a recording medium with a recorded program thereof which can improve the efficiency of advertisement and the parameter (number) of advertisement itself, i.e., acquire more customers with less advertisement investment by distributing advertisement preferentially to end users who are interested in the advertisement.

SOLUTION: A preferential management server 10 obtains customer preference information registered in a customer database on a customer management server 20 and advertisement information registered in an advertisement database and specifies optimum advertisement and end user terminals 60 and 70 as advertisement destinations.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination] 09.03.2001

[Date of sending the examiner's decision of rejection] 13.04.2004

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of extinction of right]

(19)日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号
特開2001-306611
(P2001-306611A)

(43)公開日 平成13年11月2日(2001.11.2)

(51)Int.Cl. ⁷	識別記号	F I	ページ数(参考)
G 0 6 F 17/30	3 4 0	G 0 6 F 17/30	3 4 0 A 5 B 0 4 9
	1 1 0		1 1 0 F 5 B 0 7 5
	1 7 0		1 7 0 Z
13/00	5 4 0	13/00	5 4 0 P
17/60	3 2 6	17/60	3 2 6

審査請求 有 請求項の数31 O L (全 10 頁) 最終頁に続く

(21)出願番号 特願2000-131566(P2000-131566)

(22)出願日 平成12年4月26日(2000.4.26)

(71)出願人 000004237

日本電気株式会社

東京都港区芝五丁目7番1号

(72)発明者 斉藤 善彦

東京都港区芝五丁目7番1号 日本電気株式会社内

(74)代理人 100084250

弁理士 丸山 隆夫

Fターム(参考) 5B049 AA00 BB49 CC00 DD01 EE05

FF03 FF09 GG02 GG03 GG04

GG06

5B075 ND20 ND23 ND36 NK02 NK10

NR12 PQ02 PQ62 PQ69 PR03

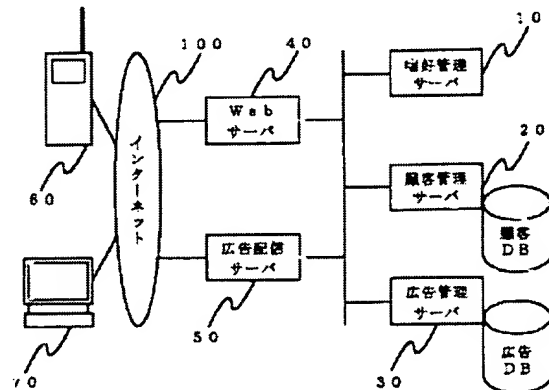
PR08

(54)【発明の名称】 広告提供システム、広告提供方法およびそのプログラムを記録した記録媒体

(57)【要約】

【課題】 広告に関心のあるエンドユーザに優先的に割り振ることから、広告の効率を向上させ、広告自身の母数(件数)を削減することができる、即ち、少ない広告投資で顧客獲得が可能となる広告提供システム、広告提供方法およびそのプログラムを記録した記録媒体を提供する。

【解決手段】 嗜好管理サーバ10は、顧客管理サーバ20の顧客データベースに登録されている顧客嗜好情報と、広告データベースに登録されている広告情報とを取得し、最適な、広告と広告先であるエンドユーザ端末60、70とを指定することにより実行する。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 ネットワークを介して広告を受領する複数のエンドユーザ端末と、

該エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバと、

広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバと、

前記ネットワークを介して前記顧客管理サーバおよび前記広告管理サーバから取得した前記顧客情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定する嗜好管理サーバと、

を有することを特徴とする広告提供システム。

【請求項2】 前記嗜好管理サーバは、前記顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、前記広告管理サーバから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする請求項1記載の広告提供システム。

【請求項3】 前記嗜好管理サーバにより指定されたエンドユーザ端末に、前記嗜好管理サーバにより指定された広告を前記ネットワークを介してバナー広告として前記エンドユーザ端末に表示するWebサーバをさらに有することを特徴とする請求項1または2記載の広告提供システム。

【請求項4】 前記嗜好管理サーバは、前記エンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、前記顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録された前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新することを特徴とする請求項3記載の広告提供システム。

【請求項5】 前記嗜好管理サーバにより指定されたエンドユーザ端末に、前記嗜好管理サーバにより指定された広告を前記ネットワークを介して電子メールとして配信する広告配信サーバをさらに有することを特徴とする請求項1から4のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項6】 前記嗜好管理サーバは、前記顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、前記広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、前記広告情報と検索キーワードとの相性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする請求項1から5のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項7】 前記顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目を前記エンドユー

ザ端末から設定、更新することを特徴とする請求項1から6のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項8】 前記ネットワークは、インターネットであることを特徴とする請求項1から7のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項9】 前記エンドユーザ端末は、パソコン、移動電話機のいずれかであることを特徴とする請求項1から8のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項10】 嗜好管理サーバが指定したエンドユーザ端末にネットワークを介して広告を提供する広告提供方法であって、

前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバから前記ネットワークを介して前記顧客情報を取得する嗜好情報取得ステップと、

広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバから前記広告情報を取得する広告情報取得ステップと、

前記嗜好管理サーバが前記嗜好情報取得ステップおよび前記広告情報取得ステップにより取得した嗜好情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定する広告先指定ステップと、

を有することを特徴とする広告提供方法。

【請求項11】 前記広告先指定ステップは、前記顧客データベースから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、前記広告データベースから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする請求項10記載の広告提供方法。

【請求項12】 前記嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得する前に、前記エンドユーザ端末からWebサーバに接続要求があったとき、前記ネットワークを介して前記嗜好管理サーバにバナー広告を提供するよう要求するバナー広告要求ステップをさらに有することを特徴とする請求項10または11記載の広告提供方法。

【請求項13】 前記広告先指定ステップにより提供される広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に前記バナー広告として前記ネットワークを介して表示する表示ステップをさらに有することを特徴とする請求項12記載の広告提供方法。

【請求項14】 前記嗜好管理サーバによりエンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、前記顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録された前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新する第1の設定更新ステップをさらに有することを特徴とする請求項10から13のいずれ

か1項に記載の広告提供システム。

【請求項15】 前記嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得する前に、前記嗜好管理サーバが前記顧客管理サーバおよび前記広告管理サーバに広告の配信契機が発生しているか否かを調査する調査ステップをさらに有し、

該調査ステップによる調査の結果、前記顧客管理サーバおよび前記広告管理サーバの少なくともいずれかから配信契機が発生していたとき、前記嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得することを特徴とする請求項10または11記載の広告提供方法。

【請求項16】 前記広告先指定ステップにより提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に電子メールとして前記ネットワークを介して配信する配信ステップをさらに有することを特徴とする請求項15記載の広告提供方法。

【請求項17】 前記広告先指定ステップは、前記顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、前記広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、前記広告情報と検索キーワードとの相性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする請求項10から16のいずれか1項に記載の広告提供方法。

【請求項18】 前記顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目を前記エンドユーザ端末から設定、更新する第2の設定更新ステップをさらに有することを特徴とする請求項10から17のいずれか1項に記載の広告提供方法。

【請求項19】 前記ネットワークは、インターネットであることを特徴とする請求項10から18のいずれか1項に記載の広告提供方法。

【請求項20】 前記エンドユーザ端末は、パソコン、携帯電話機のいずれかであることを特徴とする請求項10から19のいずれか1項に記載の広告提供方法。

【請求項21】 嗜好管理サーバが指定したエンドユーザ端末にネットワークを介して広告を提供するプログラムを記録した記録媒体であって、前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバから前記ネットワークを介して前記顧客情報を取得する嗜好情報取得処理と、広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバから前記広告情報を取得する広告情報取得処理と、前記嗜好管理サーバが前記嗜好情報取得処理および前記広告情報取得処理に取得した嗜好情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指

定する広告先指定処理と、

を実行することを特徴とするプログラムを記録した記録媒体。

【請求項22】 前記広告先指定処理は、前記顧客データベースから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、前記広告データベースから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする請求項21記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項23】 前記嗜好情報取得処理により顧客情報を取得する前に、前記エンドユーザ端末からWebサーバに接続要求があったとき、前記ネットワークを介して前記嗜好管理サーバにバナー広告を提供するよう要求するバナー広告要求処理をさらに実行することを特徴とする請求項21または22記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項24】 前記広告先指定処理により提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に前記バナー広告として前記ネットワークを介して表示する表示処理をさらに実行することを特徴とする請求項21から23のいずれか1項に記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項25】 前記嗜好管理サーバによりエンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、前記顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録された前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新する第1の設定更新処理をさらに実行することを特徴とする請求項21から24のいずれか1項に記載の広告提供システム。

【請求項26】 前記嗜好情報取得処理により顧客情報を取得する前に、前記嗜好管理サーバが前記顧客管理サーバおよび前記広告管理サーバに広告の配信契機が発生しているか否かを調査する調査処理をさらに実行し、該調査処理による調査の結果、前記顧客管理サーバおよび前記広告管理サーバの少なくともいずれかから配信契機が発生していたとき、前記嗜好情報取得処理により顧客情報を取得することを特徴とする請求項21または22記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項27】 前記広告先指定処理により提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に電子メールとして前記ネットワークを介して配信する配信処理をさらに実行することを特徴とする請求項26記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項28】 前記広告先指定ステップは、前記顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出した前記エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、前記広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、前記広告情報と検索キーワードとの相

性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする請求項21から27のいずれか1項に記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項29】 前記顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目を前記エンドユーザ端末から設定、更新する第2の設定更新処理をさらに実行することを特徴とする請求項21から28のいずれか1項に記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項30】 前記ネットワークは、インターネットであることを特徴とする請求項21から29のいずれか1項に記載のプログラムを記録した記録媒体。

【請求項31】 前記エンドユーザ端末は、パソコン、携帯電話機のいずれかであることを特徴とする請求項21から30のいずれか1項に記載のプログラムを記録した記録媒体。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】本発明は、ネットワークを介してユーザ端末に広告を提供する広告提供システム、広告提供方法およびそのプログラムを記録した記録媒体に関する。

【0002】

【従来の技術】従来から、広告媒体としてテレビコマーシャルや電車の中吊り広告といったように、不特定多数人に対し一方的に提供するものが主流であった。しかしながら、それらは、広告の対象となる商品及びサービスのターゲット層に絞ったものではなく、不特定多数人に対して行うことから非効率的であった。また、電波や広告スペースは有限であるから、大企業がそれらの資源を独占してしまうと、中小企業の広告手段が減少してしまい、経済全体の観点からみるとマイナスとなる。

【0003】そこで、インターネットの急激な普及を背景に、Webページ上のバナー広告やE-Mailによる広告といった広告方法が普及してきた。当該広告方法は、上述したテレビコマーシャルのようにすべての端末に画一的に同じ広告を提供するのではなく、端末ごとに異なる広告を提供することが可能である。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】しかしながら、従来の広告を表示／配信する方法は、広告主との契約で広告件数が決められ、それを機械的に割り振っていた。即ち、広告を表示するWebページにアクセスしてきた順番に広告件数にしたがって広告を提供していた。これは、広告を受けるエンドユーザにとっては、その広告が自分の興味のあるなしに関わらず、それを受けるしかない。しかしながら、エンドユーザにとって、興味のない広告／情報はそれを確認するだけでも苦痛である。また、広告主もその広告による恩恵を受けられる保証は、どこにもなかった。例えば、広告件数を増やしても、それがエン

ドユーザへの購買に繋がらないこともあった。

【0005】本発明は、上記問題点に鑑みなされたものであり、エンドユーザにとって、自分の興味のある或いは好きなジャンルに関する広告が優先されて表示或いは配信され、その広告自身が有用な情報として受け止めることが可能な広告提供システム、広告提供方法およびそのプログラムを記録した記録媒体を提供することを目的とする。

【0006】また、広告主からみると、広告に関心のあるエンドユーザに優先的に割り振ることから、広告の効率を向上させ、広告自身の母数（件数）を削減することができる。即ち、少ない広告投資で顧客獲得が可能となる広告提供システム、広告提供方法およびそのプログラムを記録した記録媒体を提供することを目的とする。

【0007】

【課題を解決するための手段】かかる目的を達成するために、請求項1記載の発明は、ネットワークを介して広告を受領する複数のエンドユーザ端末と、該エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバと、広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバと、ネットワークを介して顧客管理サーバおよび広告管理サーバから取得した顧客情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定する嗜好管理サーバと、を有することを特徴とする。

【0008】請求項2記載の発明は、請求項1記載の発明において、嗜好管理サーバは、顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、広告管理サーバから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする。

【0009】請求項3記載の発明は、請求項1または2記載の発明において、嗜好管理サーバにより指定されたエンドユーザ端末に、嗜好管理サーバにより指定された広告をネットワークを介してバナー広告としてエンドユーザ端末に表示するWebサーバをさらに有することを特徴とする。

【0010】請求項4記載の発明は、請求項3記載の発明において、嗜好管理サーバは、エンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録されたエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新することを特徴とする。

【0011】請求項5記載の発明は、請求項1から4のいずれか1項に記載の発明において、嗜好管理サーバにより指定されたエンドユーザ端末に、嗜好管理サーバに

より指定された広告をネットワークを介して電子メールとして配信する広告配信サーバをさらに有することを特徴とする。

【0012】請求項6記載の発明は、請求項1から5のいずれか1項に記載の発明において、嗜好管理サーバは、顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、広告情報と検索キーワードとの相性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする。

【0013】請求項7記載の発明は、請求項1から6のいずれか1項に記載の発明において、顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目をエンドユーザ端末から設定、更新することを特徴とする。

【0014】請求項8記載の発明は、請求項1から7のいずれか1項に記載の発明において、ネットワークは、インターネットであることを特徴とする。

【0015】請求項9記載の発明は、請求項1から8のいずれか1項に記載の発明において、エンドユーザ端末は、パソコン、移動電話機のいずれかであることを特徴とする。

【0016】請求項10記載の発明は、嗜好管理サーバが指定したエンドユーザ端末にネットワークを介して広告を提供する広告提供方法であって、エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバからネットワークを介して顧客情報を取得する嗜好情報取得ステップと、広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバから広告情報を取得する広告情報取得ステップと、嗜好管理サーバが嗜好情報取得ステップおよび広告情報取得ステップにより取得した嗜好情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定する広告先指定ステップと、を有することを特徴とする。

【0017】請求項11記載の発明は、請求項10記載の発明において、広告先指定ステップは、顧客データベースから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、広告データベースから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする。

【0018】請求項12記載の発明は、請求項10または11記載の発明において、嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得する前に、エンドユーザ端末からWebサーバに接続要求があったとき、ネットワークを介して嗜好管理サーバにバナー広告を提供するよう要求するバナー広告要求ステップをさらに有することを特徴とする。

る。

【0019】請求項13記載の発明は、請求項12記載の発明において、広告先指定ステップにより提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末にバナー広告としてネットワークを介して表示する表示ステップをさらに有することを特徴とする。

【0020】請求項14記載の発明は、請求項10から13のいずれか1項に記載の発明において、嗜好管理サーバによりエンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録されたエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新する第1の設定更新ステップをさらに有することを特徴とする。

【0021】請求項15記載の発明は、請求項10または11記載の発明において、嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得する前に、嗜好管理サーバが顧客管理サーバおよび広告管理サーバに広告の配信契機が発生しているか否かを調査する調査ステップをさらに有し、該調査ステップによる調査の結果、顧客管理サーバおよび広告管理サーバの少なくともいずれかから配信契機が発生していたとき、嗜好情報取得ステップにより顧客情報を取得することを特徴とする。

【0022】請求項16記載の発明は、請求項15記載の発明において、広告先指定ステップにより提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に電子メールとしてネットワークを介して配信する配信ステップをさらに有することを特徴とする。

【0023】請求項17記載の発明は、請求項10から16のいずれか1項に記載の発明において、広告先指定ステップは、顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、広告情報と検索キーワードとの相性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする。

【0024】請求項18記載の発明は、請求項10から17のいずれか1項に記載の発明において、顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目をエンドユーザ端末から設定、更新する第2の設定更新ステップをさらに有することを特徴とする。

【0025】請求項19記載の発明は、請求項10から18のいずれか1項に記載の発明において、ネットワークは、インターネットであることを特徴とする。

【0026】請求項20記載の発明は、請求項10から19のいずれか1項に記載の発明において、エンドユーザ端末は、パソコン、移動電話機のいずれかであることを特徴とする。

【0027】請求項21記載の発明は、嗜好管理サーバが指定したエンドユーザ端末にネットワークを介して広告を提供するプログラムを記録した記録媒体であって、エンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報を顧客情報として登録している顧客データベースを管理している顧客管理サーバからネットワークを介して顧客情報を取得する嗜好情報取得処理と、広告主との契約により設定された広告内容および広告条件を広告情報として登録している広告データベースを管理している広告管理サーバから広告情報を取得する広告情報取得処理と、嗜好管理サーバが嗜好情報取得処理および広告情報取得処理に取得した嗜好情報および広告情報を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定する広告先指定処理と、を実行することを特徴とする。

【0028】請求項22記載の発明は、請求項21記載の発明において、広告先指定処理は、顧客データベースから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報と、広告データベースから取得した広告情報の広告内容とが一致するとき、該一致した広告およびエンドユーザ端末を優先して指定することを特徴とする。

【0029】請求項23記載の発明は、請求項21または22記載の発明委において、嗜好情報取得処理により顧客情報を取得する前に、エンドユーザ端末からWebサーバに接続要求があったとき、ネットワークを介して嗜好管理サーバにバナー広告を提供するよう要求するバナー広告要求処理をさらに実行することを特徴とする。

【0030】請求項24記載の発明は、請求項21から23のいずれか1項に記載の発明において、広告先指定処理により提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末にバナー広告としてネットワークを介して表示する表示処理をさらに実行することを特徴とする。

【0031】請求項25記載の発明は、請求項21から24のいずれか1項に記載の発明において、嗜好管理サーバによりエンドユーザ端末に表示されたバナー広告のクリック回数をカウントし、該カウントしたクリック回数を基に、顧客管理サーバが管理している顧客データベースに登録されたエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報の項目を設定、更新する第1の設定更新処理をさらに実行することを特徴とする。

【0032】請求項26記載の発明は、請求項21または22記載の発明において、嗜好情報取得処理により顧客情報を取得する前に、嗜好管理サーバが顧客管理サーバおよび広告管理サーバに広告の配信契機が発生しているかを調査する調査処理をさらに実行し、該調査処理による調査の結果、顧客管理サーバおよび広告管理サーバの少なくともいずれかから配信契機が発生していたとき、嗜好情報取得処理により顧客情報を取得することを特徴とする。

【0033】請求項27記載の発明は、請求項26の記載の発明において、広告先指定処理により提供する広告が指定された後、該指定された広告を該指定されたエンドユーザ端末に電子メールとしてネットワークを介して配信する配信処理をさらに実行することを特徴とする。

【0034】請求項28記載の発明は、請求項21から27のいずれか1項に記載の発明において、広告先指定ステップは、顧客管理サーバから取得した顧客情報から抽出したエンドユーザ端末を使用しているユーザの嗜好情報、広告管理サーバから取得した広告情報とURLページとの相性、広告情報と検索キーワードとの相性を基に、提供する広告と提供するエンドユーザ端末とを指定することを特徴とする。

【0035】請求項29記載の発明は、請求項21から28のいずれか1項に記載の発明において、顧客管理サーバにより管理されている顧客データベースの嗜好情報の項目をエンドユーザ端末から設定、更新する第2の設定更新処理をさらに実行することを特徴とする。

【0036】請求項30記載の発明は、請求項21から29のいずれか1項に記載の発明において、ネットワークは、インターネットであることを特徴とする。

【0037】請求項31記載の発明は、請求項21から30のいずれか1項に記載の発明において、エンドユーザ端末は、パソコン、移動電話機のいずれかであることを特徴とする。

【0038】

【発明の実施の形態】以下、本発明の実施の形態を添付図面を参照しながら詳細に説明する。

【0039】図1を参照すると、本発明の実施の形態における広告提供システムは、嗜好管理サーバ10、顧客管理サーバ20、広告管理サーバ30、Webサーバ40、広告配信サーバ50を有する。当該広告提供システムは、インターネット100を介して、エンドユーザの電話端末（移動体端末を含む）60やPC端末（PDA等を含む）70に接続される。なお、通信回線としての他の通信手段を用いてもよい。

【0040】嗜好管理サーバ10は、顧客管理サーバ20と広告管理サーバ30からの情報、エンドユーザの操作等の相違から最適な広告を自動的に抽出する。抽出した最適な広告をエンドユーザ端末60、70にWebサーバ40を経由してバナー広告として表示する。バナー広告は、Webページに表示する看板型の広告である。主に、検索サイトや新聞社、雑誌社のWebページで表示広告として使われる。嗜好管理サーバ10は、エンドユーザの好み、URLページと広告との相性、または検索キーワードと広告との相性を分析し、各々（ポータルのURL、指定されたURL、検索画面等）に表示する。また、ユーザのバナー広告のクリック回数をカウントし、分析することができる。

【0041】また、嗜好管理サーバ10は、広告配信サ

サーバ50を経由してE-MailやFAX、音声による広告をエンドユーザ端末60、70に配信する。

【0042】顧客管理サーバ20は、エンドユーザの好みを管理している顧客データベースを有している。この顧客データベースには、本実施の形態における広告提供システムを利用している広告主の顧客情報が登録、管理されている。この顧客情報には、各社のお得意様の情報が登録されている。そのお得意様が、E-Mail、FAX、音声のいずれの広告方法を希望するか、またその広告を定期的に配信することを希望するか、新商品及び新サービスの発売時に配信することを希望するかといった、広告方法、広告時期に関する情報も登録されている。この顧客情報は、適時更新される。この顧客データベースに、ユーザがエンドユーザ端末60、70からアクセスして、自己に広告を提供してくれるよう登録することができる。また、広告主が図示しない自己の端末からアクセスして、顧客名簿を基に登録、更新することも可能である。

【0043】広告管理サーバ30は、広告関連情報（URL含む）を管理している広告データベースを有している。この広告データベースには、本実施の形態における広告提供システムを利用している広告主の注文情報が登録されている。この注文情報は、広告の内容、バナー広告によるかE-Mail広告によるかといった広告方法、何件の広告をエンドユーザ端末60、70に配信するかといった広告件数等から構成される。この注文情報は、広告契約の更改により適時、更新される。広告主は、図示しない自己の端末から当該広告データベースにアクセスし、広告注文を行うことができる。

【0044】Webサーバ40は、嗜好管理サーバ10から取得したバナー広告をエンドユーザ端末60、70に配信し、バナー広告として表示する。

【0045】広告配信サーバ50は、嗜好管理サーバ10から取得した広告情報をE-MailやFAX、音声によりエンドユーザ端末60、70に配信する。

【0046】本発明の特徴は、広告の契約（例えばX社には100万件/月、X社には80万件/月）を遵守しながら総合的にクリック率が高まるように広告配信を行うことにある。具体的には、あるエンドユーザはA社の製品をよく購入するのであれば、その人にA社の広告を割り当てる。その他のエンドユーザにB社の広告を割り当てる等の方法が考えられる。但し、これらの割り振り方法は、予め自由に決められ、A社の製品をよく購入する人に敢えてB社の広告を配信することも可能である。

【0047】次に、図1～図4を参照して本発明の実施の形態における広告提供システムを使用した広告提供方法について説明する。以降の説明では、インターネット100は専用線或いは交換ネットワークへも拡張可能とする。

【0048】（第1の実施の形態）図2を参照して、W

ebページ上でのバナー広告を表示する第1の実施の形態について説明する。エンドユーザ端末60、70からWebサーバ40へ接続要求があると（A1→B1）、Webサーバ40は、接続要求を契機に、適切なバナー広告を出力するよう嗜好管理サーバ10に要求する（B2→C1）。

【0049】嗜好管理サーバ10は、顧客管理サーバ20に対して顧客嗜好情報取得要求を送信する（C2→D1）。顧客管理サーバ20は、当該要求を受けると顧客嗜好情報を嗜好管理サーバ10に送信する（D2→C3）。嗜好管理サーバ10は、広告管理サーバ40に対して広告情報取得要求を送信する（C4→E1）。広告管理サーバ40は、当該要求を受けると広告情報を嗜好管理サーバ10に送信する（E2→C5）。この顧客管理サーバ20と広告管理サーバ30に対する要求の順番は問わない。嗜好管理サーバ10は、取得した顧客嗜好情報と広告情報を基に最適なバナー広告を決定する。嗜好管理サーバ10は、決定したバナー広告をWebサーバ40に送信する（C6→B3）。Webサーバ40は、エンドユーザ端末60、70と接続し、嗜好管理サーバ10が取得したバナー広告をインターネット100を介してエンドユーザ端末60、70に表示する（B4→A2）。

【0050】嗜好管理サーバ10は、広告管理サーバ30が管理している広告データベースのバナー広告の広告主の広告件数の項目をデクリメントするよう広告管理サーバ40に指示する。また、同一のエンドユーザ端末60、70に同一の広告を提供しないよう、広告管理サーバ40に当該エンドユーザ端末60、70を次に広告を提供するエンドユーザ端末60、70の候補から外すよう指示する。なお、広告主が同一のエンドユーザ端末60、70に複数回広告をしてもよいという契約内容になっているときは、この限りでない。

【0051】ここで、本実施の形態の特徴は以下の点にある。図4を参照すると、広告の契約を遵守（例えばX社の広告を3件、Y社の広告2件、Z社の広告1件）して総合的にクリック率が高まるように広告配信を行っている。具体的には、エンドユーザAさんはX社の製品をよく購入し、BさんはY社の製品をよく購入し、FさんはZ社の製品をよく購入する場合に、それぞれの好みに合った広告を割り当てる。即ち、図4の斜線部分は、広告の内容とユーザの好みが一致する場合なので、そのユーザの端末60、70に優先的に広告を提供する。これにより、広告主との契約を遵守しながら且つ最適な広告先を抽出することができ、バナー広告のクリック率を上げることが可能となる。

【0052】以上から、嗜好管理サーバ10による一連の過程の中で抽出された広告が、Webサーバ40を経由して最終的にエンドユーザ（顧客）端末60、70に表示される。以上の処理をプログラム制御により実行す

ることも可能である。

【0053】(第2の実施の形態)次に、図3を参照して、E-MailやFAX、音声による広告配信について説明する。嗜好管理サーバ10は、定期的に顧客管理サーバ20に広告配信契機の取得を要求する(C10→D10)。顧客管理サーバ20は、当該要求に対してエンドユーザの設定により配信契機を嗜好管理サーバ10に返送する(D11→C11)。嗜好管理サーバ10は、広告管理サーバ30に対して広告配信契機の取得を要求する(C12→D12)。広告管理サーバ30は、当該要求に対して広告主との契約により設定された広告の契機を嗜好管理サーバ10に返送する(D13→C13)。この嗜好管理サーバ10による顧客管理サーバ20及び広告管理サーバ30への配信契機の取得要求の時間間隔、順番は、任意である。

【0054】嗜好管理サーバ10は、顧客管理サーバ20及び広告管理サーバ30の少なくとも一方から広告配信契機を取得すると、顧客管理サーバ20に対して顧客嗜好情報の取得を要求する(C14→D14)。顧客管理サーバ20は、当該要求に対して顧客嗜好情報を嗜好管理サーバ10に返送する(D15→C15)。嗜好管理サーバ10は、広告管理サーバ30に対して広告情報の取得を要求する(C16→D16)。広告管理サーバ30は、当該要求に対して広告情報を嗜好管理サーバ10に返送する(D17→C17)。この顧客管理サーバ20と広告管理サーバ30に対する要求の順番は問わない。嗜好管理サーバ10は、顧客嗜好情報と広告情報を基に配信するエンドユーザ端末60、70先を決定する。

【0055】嗜好管理サーバ10は、配信するエンドユーザ端末60、70先を決定すると広告配信サーバ50に当該広告情報を送信する(C18→B10)。広告配信サーバ50は、嗜好管理サーバ10により指定されたエンドユーザ端末60、70に広告情報としてE-Mailを送信する(B11→A10)。

【0056】嗜好管理サーバ10は、広告管理サーバ30が管理している広告データベースのE-Mailを送信した広告主の広告件数をデクリメントするよう広告管理サーバ30に指示する。

【0057】ここで、本実施の形態の特徴は以下の点にある。図4は、広告管理サーバ30から配信契機を取得する場合の例である。広告の契約を遵守(例えばX社の広告3件、Y社の広告2件、Z社の広告1件)して総合的にE-Mailの開封率が高まるように広告配信を行う。具体的には、エンドユーザAさんはX社の製品をよく購入し、BさんはY社の製品をよく購入し、FさんはZ社の製品をよく購入する場合に、それぞれの好みにあった広告を割り当てる。その他のエンドユーザに(Cさん、Dさん、Eさん)に残りの広告を割り当てる等の方法が考えられる。即ち、図4の斜線部分は、広告の内容とユー

ザの好みが一致する場合なので、そのユーザの端末60、70に優先的に広告を提供する。これにより、広告主との契約を遵守しながら且つ最適な広告先を抽出することでE-Mailの開封率を上げることが可能となる。

【0058】以上から、嗜好管理サーバ10による一連の過程の中で抽出された広告が、広告配信サーバ50からE-MailやFAX、音声によって配信され、最終的にエンドユーザ(顧客)端末60、70に表示される。以上の処理をプログラム制御により実行することも可能である。

【0059】図1で説明してきたシステム構成の適用範囲としてASP(アプリケーション・サービス・プロバイダ)等の中にこれらを設置することが考えられるが、ISP(インターネット・サービス・プロバイダ)や通信事業者の中に設置されても本発明は適用されるものである。

【0060】なお、上述した実施の形態は、本発明の好適な実施の形態の一例であり、本発明はこれに限定されることなく、その要旨を逸脱しない範囲内において、種変形実施が可能である。

【0061】

【発明の効果】以上の説明から明かなように、本発明によれば、広告主との契約で広告件数が決まり広告の表示を割り振る場合、機械的にするのではなく、エンドユーザの好みに合わせて割り振ることから、広告に関心を持つ(具体的にはバナー広告をクリックしたり、E-mailを開いて読んだりする)確率が高くなる。エンドユーザからみるとこれらの広告は有用な情報となり得る。即ち、広告の効果が十分期待できることになる。

【0062】また、広告に関心のあるエンドユーザに優先的に割り振ることから、広告の効率が向上し、広告自身の母数を(件数)削減することができる。即ち、広告主は不効率な広告を打たなくて済むことになる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の実施の形態における広告提供システムの構成を示すブロック図である。

【図2】本発明の第1の実施の形態における広告提供方法を示すシーケンス図である。

【図3】本発明の第2の実施の形態における広告提供方法を示すシーケンス図である。

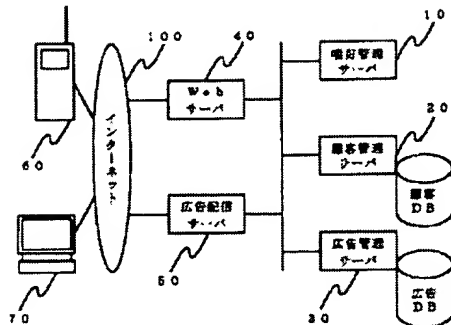
【図4】本発明の実施の形態における広告契約と広告先抽出の一例を示す図である。

【符号の説明】

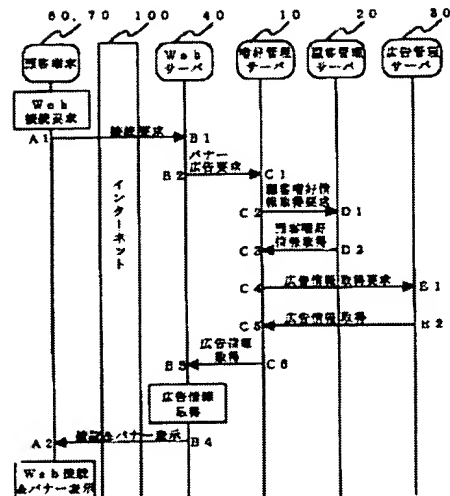
- 10 嗜好管理サーバ
- 20 顧客管理サーバ
- 30 広告管理サーバ
- 40 Webサーバ
- 50 広告配信サーバ
- 60 電話端末
- 70 PC端末

100 インターネット

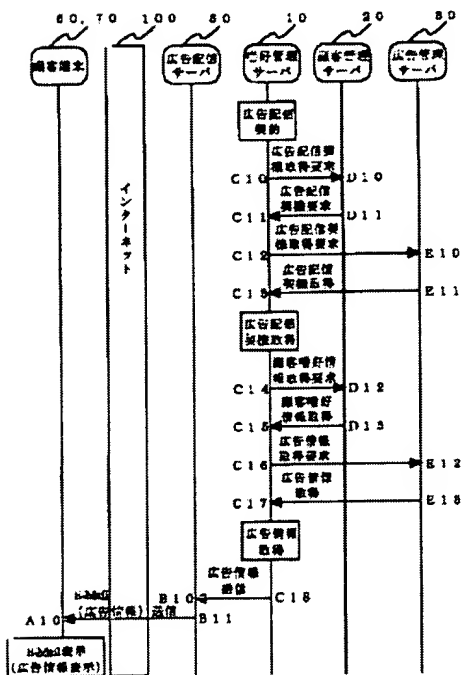
【図1】



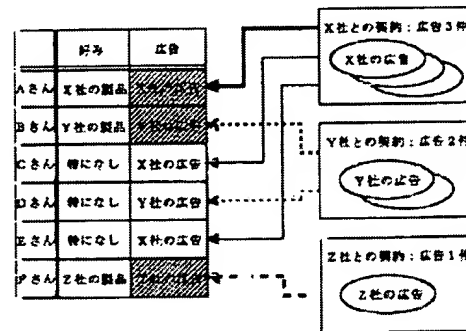
【図2】



【図3】



【図4】



フロントページの続き

(51) Int. Cl.⁷
G 0 6 F 17/60

識別記号
3 3 0
5 0 4

F I
G 0 6 F 17/60

3 3 0
5 0 4

(参考)